

Anmerkungen zum Gestaltungswettbewerb für das America's-Cup-Boot des deutschen Syndikats ,UITG' 2007

Im Vorfeld der deutschen Teilnahme am America's Cup in Valencia gab es einen Gestaltungswettbewerb, über den die besten Entwürfe für das Design des deutschen Teilnehmerbootes gefunden werden sollten. Auslober war das deutsche AC-Team ,United Internet Team Germany' (UITG).

Die Designrichtlinien waren klar und deutlich formuliert und Bestandteil der Wettbewerbsaufgabe.

Nach Beendigung des Wettbewerbs, an dem mehrere Hundert Einsender teilgenommen hatten, stellte sich heraus, dass der Siegerentwurf gar nicht den Richtlinien entsprach, und dass man das Großsegel anscheinend ganz aus der Aufgabe herausgenommen hatte.

Das war für mich Anlass, beim Auslober nach der Seriosität des Verfahrens zu fragen. Leider ist – erwartungsgemäß – die Antwort unbefriedigend geblieben.

Im Folgenden sollen Auslobungstext, Ergebnisse und meine Einwendungen einen kleinen Einblick in das Verfahren und die Ergebnisfindung aufzeigen.

1) Designrichtlinien vom Auslober:

Gestalten Sie den Rumpf und das Segel in der Designvorlage.
Verwenden Sie die Markenlogos der Sponsoren und das Teamlogo.
Die Grundfarbe des Rumpfes muss weiß bleiben.

Rumpf:

Bitte gestalten Sie den Rumpf der GER 89 ausschließlich von der Kante des Decks bis zur eingezeichneten Wasserlinie, also den sichtbaren Bereich. Dieser beträgt 30,4 Quadratmeter je Bootsseite.

Die Grundfarbe des Rumpfes muss weiß bleiben.

Die Gesamtfläche, welche von den Logos GMX, WEB.DE und 1&1 bedeckt wird, darf auf dem Rumpf die Fläche von 10 Quadratmetern je Seite nicht überschreiten. Um diese Gesamtfläche zu messen, wird jedes Logo einzeln von einem Rechteck umschlossen. Die so verdeckte Fläche wird aufsummiert und ergibt die Gesamtfläche. Bitte orientieren Sie sich am eingezeichneten Maßstab 1:100 in der Designvorlage.

Segel:

Ein Teil des Großsegels soll ebenfalls gestaltet werden. Im weiß gekennzeichneten Bereich dürfen Sie das Segel gestalten, insgesamt aber nur innerhalb eines gedachten Rechtecks mit der Größe von maximal 42 Quadratmetern.

Generell gilt:

Die Markenlogos der Sponsoren 1&1, GMX und WEB.DE müssen gut sichtbar und repräsentativ auf den gestaltbaren Flächen platziert werden, ebenso das Teamlogo (Schriftzug United Internet Team

Germany inklusive des Symbols „Deutschlandsegel“).
Die Gewichtung der Darstellung der Sponsorenlogos soll sich insgesamt
wie folgt aufteilen: 1&1 = 2/4 GMX = 1/4 Web .de = 1/4

LOGOS:

Hier folgen jetzt die einzelnen Markenlogos und der Bootsrumph und die Segelfläche als jpg-Vorlage.

2) Anmerkungen zum Verfahren und Ergebnis

Meine E-Mail vom 22. Januar 2007 an Herrn Scheeren, Syndikatschef des deutschen America's-Cup-Boots ,United Internet Team Germany':

„Sehr geehrter Herr Scheeren,

Nachdem am gestrigen Samstag auf der Boot Düsseldorf das neue Design des Bootes vorgestellt wurde, möchte ich doch an Sie als Syndikatschef einige Anmerkungen zur Präsentation und zum Ergebnis richten. Dabei möchte ich vorausschicken, dass ich natürlich als Teilnehmer am Wettbewerb in gewisser Weise befangen sein könnte, aber ich versuche, einigermaßen neutral zu bleiben.

1) Die Art der Präsentation auf der Boot - auch die Conférence durch Christoph Schumann von der Yachttredaktion - fand ich wenig professionell. Christoph Schumann ist seit vielen Jahren auf der Boot dabei, und ich hatte das Gefühl, dass er seine Aufgabe eher mit geringem Engagement und mit wenig Enthusiasmus abspulte. So wurde beispielsweise überhaupt nicht klar, in welcher Funktion Guido Westerwelle teilnahm. War er zufällig da, hatte er vor einiger Zeit seinen Segelschein gemacht, gab es sonst irgendeine Verbindung zum Deutschen AC-Team? Ich fand es auch sehr unglücklich, ausgerechnet ihn zum Interview zu bitten, der in NRW und in Bezug auf den Sport kein Amt innehat. Dagegen wurde der Innenminister (auch zuständig für den Sport im Bundesland) zwar kurz erwähnt, aber ihm hätten als "ranghöchstem" Politiker sicher ein paar Grußworte zugestanden werden müssen.

2) Nachdem der Schleier vom Boot gelüftet war (ausgerechnet da klemmte das Tuch und bedeckte eines der Sponsoren-Logos), brandete kein Beifall auf, es war eher peinlich ruhig. Auch der Moderator konnte durch seine freudige Stimmlage die Situation nicht mehr retten und für Freude sorgen. Nicht nur ich war enttäuscht, auch die Umstehenden guckten sich ziemlich verduzt an und fragten sich, ob das alles gewesen sein sollte. Enttäuschung bei den meisten Umstehenden. Etliche meinten, da habe eher das Los entschieden.

Jedenfalls konnte man - auch wenn das jetzt etwas despektierlich klingt - außer ein paar schwarz-rot-goldenen Pinselstrichen vorne und achtern keine Gestaltungsidee erkennen. Die Logos waren recht zufällig auf der Bordwand verteilt, nichts, was sie mit der Farbgebung in irgend einer Weise gestalterisch verbunden hätte. Man hatte den Eindruck, dass die Logos dort waren, wo sie auch vor dem Wettbewerb gewesen sind. Wenn ich das Boot betrachte, dass in den "Designrichtlinien" abgebildet ist, scheint das tatsächlich so zu sein.

3) Es stellt sich mir tatsächlich die Frage, welche gestalterische Grundidee sich hinter dem Entwurf verbirgt, wenn es denn eine solche Idee überhaupt gegeben hat. Bei über 700 Entwürfen ist es für mich auch unverständlich, dass das Ergebnis das Highlight des deutschen Designs verkörpern soll. Vielmehr drängt sich der Verdacht auf, dass in der Jury weniger die Gestalter, als die Sponsoren das Sagen hatten, die natürlich in erster Linie ihre Embleme sehen wollen und das übrige Design für sie zweitrangig ist. Abgesehen davon ist das UITG-Logo mit dem "Deutschlandsegel" in dem Siegerentwurf überhaupt nicht verwendet worden, das entspricht nicht den Wettbewerbsrichtlinien!

4) Sponsorenlogos: Es hat den Anschein, als sei die Designrichtlinie in Bezug auf die Größe der Logos nicht eingehalten worden. Das I+I-Logo nimmt deutlich mehr als die beiden anderen Logos zusammen an Platz ein, wenn man die Segelfläche einbezieht! Die Richtlinie sah ferner vor, dass auch das Teamlogo "einschließlich des "Deutschlandsegels" deutlich sichtbar sein muss, was nicht der Fall ist. Das Deutschlandsegel fehlt komplett. Insofern hätte der Siegerentwurf gar nicht berücksichtigt werden dürfen.

5) Die junge Gewinnerin, eine "Innenraumgestalterin", war zwar sehr sympathisch, aber zu ihrem Entwurf konnte sie nicht allzu viel erzählen. Auch Herrn Schumann gelang es nicht, der sichtlich freudig-nervösen Gewinnerin ein paar interessante und wissenswerte Details zu entlocken. Seine Fragen blieben sehr an der Oberfläche.

6) Sehr enttäuschend war auch, dass man nicht mal die Gewinner auf den Plätzen erwähnt oder gar deren Entwürfe gezeigt hat! So etwas habe ich bei einem Wettbewerb dieser Qualität noch nicht erlebt. Dazu passt auch, dass entgegen der Ankündigung der E-Mail an die Wettbewerbsteilnehmer "...dort werden alle Entwürfe, also auch Ihrer, im Rahmen einer Präsentation der interessierten Öffentlichkeit vorgestellt..." kein einziger Entwurf gezeigt wurde. Die Mitarbeiter am Stand wussten auch nicht Bescheid. Sie meinten, das würde auf der Großleinwand gezeigt. Aber ich wollte nicht stundenlang warten... Professionell wäre gewesen, wenn man alle Arbeiten in einer Broschüre - meinetwegen garniert mit etwas Werbung - zusammengefasst und wenigstens an die Teilnehmer ausgegeben hätte.

7) Einen wesentlichen Teil der Designaufgabe, nämlich die Gestaltung von über 40 qm Segelfläche, hat man kurzerhand totgeschwiegen. Kein Wort darüber von Ch. Schumann oder der Gewinnerin. Nur mühsam fand man dazu eine indirekte Information, denn es war ein kleines Bootsmodell ausgestellt, das den Siegerentwurf zeigte. Dort war aber nur eine rechteckige Werbefläche des Hauptsponsors in der Segelfläche zu sehen. Die Umstehenden fragten sich, ob

*die Gestaltung am Ende gar nicht mehr gefragt war.
Bitte fassen Sie meine Anregungen als konstruktive Kritik für die zukünftige Arbeit bei der Präsentation des AC-Teams aus Deutschland auf! Mit geht es nicht darum nur zu schimpfen, sondern einige Dinge aufzuzeigen, die in meinen Augen Schwachstellen in der Darstellung des Teams und des Wettbewerbs sind. So hat man nämlich den Anschein, als fügten sich Präsentation und Wettbewerbsergebnis fast nahtlos in die Querelen rund um das Team ein, und diese Querelen und Animositäten wirken sich letztendlich auch auf die sportliche Leistung aus. Und das hat das Sportlerteam sicher nicht verdient.*

Ich würde mich freuen, wenn meine Anregungen in die zukünftige Arbeit zum Wohl des sportlichen Erfolges einfließen. Jedenfalls hat mir persönlich der Wettbewerb viel Spaß gemacht, nur schade, dass ich die anderen Entwürfe nicht sehen kann und auch nicht weiß, in welchem Stadium der Entscheidungsfindung mein Entwurf aus dem Wettbewerb ausschied.

Mit freundlichen Grüßen

GS“

Eine Mail gleichen Inhalts ging auch an diverse Yachtzeitschriften, bis heute allerdings ohne jegliche Resonanz. Letztlich sitzen Redaktionen und Auslober in einem Boot, denn es sind ja Werbekunden!

Antwort heute von Herrn Laufenberg, Mitarbeiter bei UITG:

----- Original Message -----

From: [Jens Laufenberg](mailto:Jens.Laufenberg@uitg.de)
To:
Cc: michael.mronz@mmpromotion.de ; 'Michael Scheeren'
Sent: Monday, February 12, 2007 4:48 PM
Subject: Designwettbewerb und Messe "boot 2007"

Sehr geehrter Herr St.,
vielen Dank für Ihre Mail von Sonntag, dem 21. Januar. Schön, dass Sie der Einladung der Messe Düsseldorf und des United Internet Team Germany gefolgt sind und uns auf unserem Stand auf der boot 2007 besucht haben. Ihr Engagement, sich mit unserer Kampagne in dieser Form auseinander zu setzen, ehrt uns sehr.

Gleichzeitig werden wir dadurch aber auch bestärkt, weiter an uns zu arbeiten und uns ständig zu verbessern.

Natürlich möchten wir auch kurz auf die sieben Punkte Ihrer Mail eingehen:

Herr Schumann war schon auf mehreren Veranstaltungen für uns tätig. Er ist ein ausgewiesener Segelsportfachmann und wurde genau deshalb für die Enthüllung von uns ausgewählt. Wir sind glücklich, ihn dafür gewonnen zu haben und hoffen, ihn auch für weitere Team-Veranstaltungen verpflichten zu können.

Bei der unserer Enthüllung vorangegangenen, offiziellen Eröffnung der boot 2007 waren sowohl der Oberbürgermeister, als auch der Innenminister involviert und wurden gebührend begrüßt. Aus diesem Grund wurde am Stand des deutschen America's Cup Teams Herr Dr. Westerwelle zum Interview gebeten. Da es sich bei diesem Thema um ein gesamtdeutsches Thema handelt - und kein NRW-spezifisches - war dieser Ablauf mit Hr. Schumann und allen Beteiligten im Vorfeld so abgesprochen worden. Auch aus protokollarischer Sicht gab bei der Begrüßung keine Unregelmäßigkeiten.

Neben den anwesenden Fernsehsendern wie dem WDR, ZDF und n24 hatten wir dem Sender n-TV die Liveübertragung unserer Enthüllung zugesagt. Insofern waren wir an einen engen, zeitliche Korridor gebunden. Gerne hätten wir die Zeremonie etwas mehr entzerrt. In diesem Fall hätten wir aber leider nicht die multiplikatorische Wirkung der übertragenden Fernsehsender nutzen können. Diese kommt letztlich dem gesamten Team, aber auch dem Segelsport allgemein in Deutschland zugute.

Gerne möchten wir auch noch kurz zum Designwettbewerb Stellung nehmen.

Design unterliegt, ebenso wie die Kunst im Allgemeinen, einer subjektiven Wahrnehmung. Für das gezeigte Design hat sich die Jury deutlich und einstimmig entschieden, mit dem Ergebnis, dass das Design von Frau Paakkanen mit deutlichem Punktvorsprung gewonnen hat. Unsere Jury war zusammengesetzt aus kreativen Personen aus dem Agentur- bzw. Designbereich, dem Skipper Jesper Bank, dem Syndikatschef Herrn Scheeren und natürlich Vertretern der Sponsoren. Für das neue, schlichte Design der GER 89 haben wir in den letzten Tagen auf der Messe auch sehr viel positives Feedback erhalten.

Gerade deshalb, weil es nicht so aufdringlich und bunt, sondern eher zurückhaltend und reduziert ist. Verständlicherweise war die junge Preisträgerin sehr nervös. Sie hatte schon bei der Vorbesprechung gebeten, nicht zu sehr befragt zu werden. Diesem Wunsch sind wir natürlich nachgekommen. Letztlich bleibt es jedem auch selbst überlassen, wie er sich - auf freiwilliger Basis - in solche eine Veranstaltung einfügen möchte. Es war uns sehr wichtig, Frau Paakkanen an diesem Tag und vor allem bei der Enthüllung als unseren Gast begrüßen zu können.

Alle Entwürfe unseres Designwettbewerbs wurden an unserem Messestand im Rahmen von Powerpoint-Präsentationen gezeigt. Dies hatte Ihnen unser Mitarbeiter auf der Messe, Herr Laufenberg, auch mitgeteilt. Leider war es uns aber nicht möglich, im Vorfeld konkrete Uhrzeiten dafür zu benennen.

Aber sicherlich haben Sie auch Verständnis dafür, dass es viele Besucher auf der Messe gibt, die lieber rasante Actionbilder vom Segeln sehen möchten.

Hier mußten wir kurzfristig abwägen und das Programm dann gegebenenfalls abändern.

Letztlich wurden aber alle Einsendungen - insgesamt über 700 - mehrmals täglich am Stand gezeigt und der interessierten Öffentlichkeit vorgeführt.

Sie sprechen von dem "... Anschein, als fügten sich Präsentation und Wettbewerbsergebnis fast nahtlos in die Querelen rund um das Team ein, und diese Querelen und Animositäten wirken sich letztendlich auch auf die sportliche Leistung aus. Und das hat das Sportlerteam sicher nicht verdient...".

Hierzu möchten wir kurz anmerken: Seit mittlerweile über einem Jahr, nämlich genau seit der kompletten Übernahme des United Internet Team Germany durch den neuen Hauptsponsor United Internet, konzentriert sich das komplette Team nur noch auf den sportlichen Erfolg. Hier kann keinesfalls von Querelen und Animositäten sie Rede sein. Diese in einem Zusammenhang zur Präsentation und dem Wettbewerbsergebnis zu stellen ist unserer Meinung nach nicht angebracht und falsch.

Wir möchten uns für Ihr konstruktive Kritik bedanken und werden nicht aufhören, weiter für den Erfolg des ersten deutschen AC-Teams zu arbeiten.

Mit freundlichen Grüßen aus Köln
Jens Laufenberg

Jens Laufenberg

United Internet Team Germany
Press Officer

Phone Office: +49 221 940...
Mobile Germany: +49 172 ...
Phone (Spain): +34 96 13 ...
Mobile (Spain): + 34 664 79 ...

Meine Erwiderung vom 12.2.2007:

Lieber Herr Laufenberg,

Vielen Dank für Ihre freundliche Antwort. Es ehrt Sie, dass sie als einziger der von mir angeschriebenen Personen überhaupt antworten. Alle anderen Personen halten das für nicht nötig, was ich eher als Schwäche auslege.

Ich will gar nicht mehr auf alle Punkte eingehen, und Sie haben natürlich völlig Recht, dass sich Design im Allgemeinen natürlich kaum objektivieren lässt, und ich hatte ja in meinem kurzen Bericht auch geschrieben, dass ich das Ergebnis durchaus respektiere.

Ein paar Anmerkungen seien mir noch erlaubt:

1) Präsentation der zweiten und der folgenden Plätze: Für mich ist die knappe Fernsehberichterstattung keine Entschuldigung, dass nicht einmal die Folgeplätze auf dem Messestand präsentiert wurden. Es wäre genug Platz gewesen, die ersten zehn Entwürfe als Plakat auszustellen. Ich war mehrfach auf dem Messestand. Dass die Entwürfe auf der Videowand gezeigt wurden, mag sein, aber es gab keinen genauen Zeitplan, und bei aller Liebe zu den Actionbildern hatte ich nicht genug Muße, auf die Entwürfe zu warten - ich weiß nicht einmal, wie oft und wie intensiv die gezeigt wurden. Vielleicht können Sie mich ja mit einer CD der Video-Präsentation entschädigen. - In jedem Fall ist die Vernachlässigung der anderen Entwürfe sehr bedauerlich, und die Ankündigung "...werden alle Entwürfe, auch Ihrer, gezeigt..." war dann doch sehr irreführend, wenn auch nicht gänzlich falsch. Besser hätte es heißen "...und vielleicht können Sie auf unserer Videowand einen kurzen Blick auf die Entwürfe erhaschen, wenn Sie lange genug warten..."

2) Designrichtlinien: Sie vermeiden es, Aussagen zum Siegerentwurf hinsichtlich der Design-Richtlinien zu machen. So entspricht, wie bereits ausführlich erläutert, der Siegerentwurf m.E. nicht den Flächenvorgaben der Richtlinie, dürfte daher auch nicht gewertet werden. Weiterhin fehlt eine Aussage, warum das Segel plötzlich entgegen der Richtlinien nicht mehr gestaltet werden durfte/musste/sollte. Dass der Auslober die Missachtung der eigenen Richtlinien duldet, ist für mich unseriös.

Ich weiß, dass wir ohnehin nichts mehr ändern können. Dennoch muss eine konstruktive Kritik erlaubt sein.

Mit freundlichen Grüßen

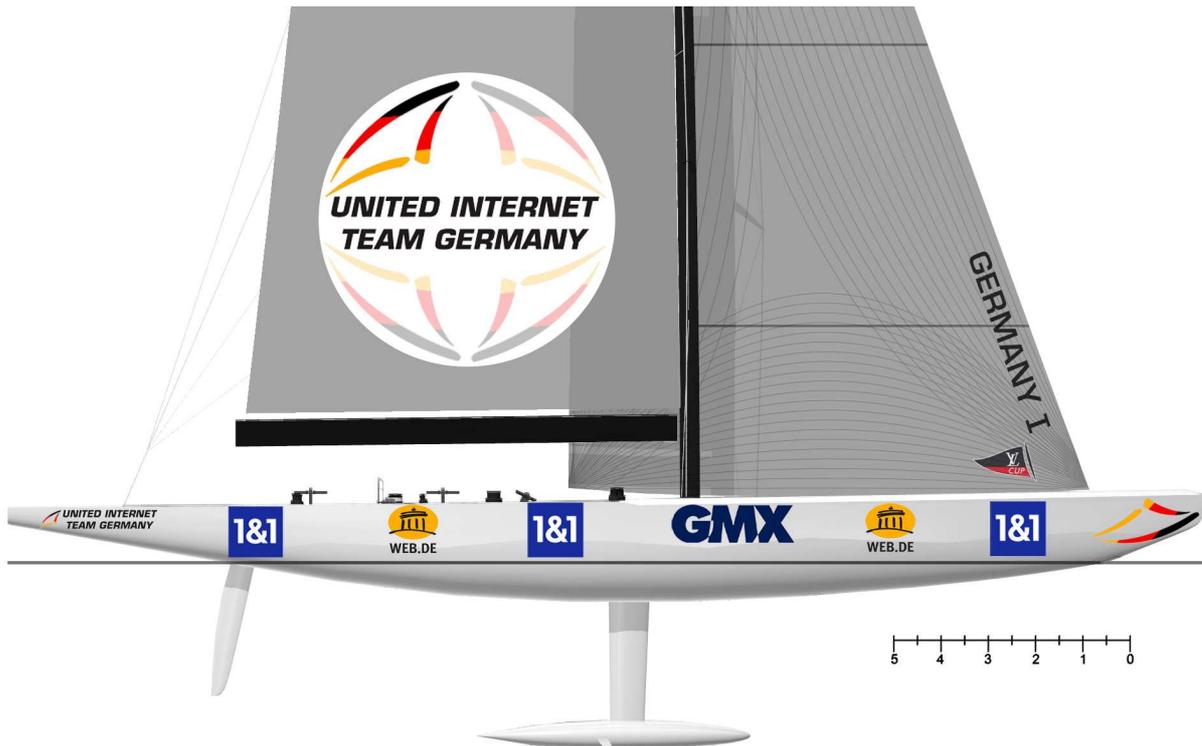
GS“

3) Der siegreiche und prämierte Entwurf



Die Gestaltung der Segelfläche ist keine Gestaltung, eine Entwurfsidee gibt es nicht. Ob die Verteilung der Flächen für die Firmenlogos den Vorgaben entspricht, wurde nicht nachgerechnet. Es scheint aber offensichtlich, dass die Vorgabe $1 \times 1 = 2/4$ der Fläche, web-de und gmx jeweils $1/4$ der Fläche nicht eingehalten wurde. Die Werbung für 1x1 ist deutlich größer als die Hälfte der Gesamtwerbefläche.

4) Eingereichter Entwurf 1



GER 89

visualisation by judel/vrolijk & co

5) Entwurfsvariante 2



GER 89

visualisation by judel/vrolijk & co

In beiden Entwurfsvarianten werden die vorgegebenen Flächenverhältnisse für die einzelnen Logo-Flächen exakt eingehalten!